# 互动传播背景下沂蒙红色文化的移动化传播路径研究

陈心怡[1] 郑晓迪[2]
（1. 辽宁科技大学，辽宁 鞍山 114051；2. 山东艺术学院，山东 济南 250300）

**摘 要：**目前沂蒙红色文化的传承和传播过程中存在着一些问题，导致其面临着受众了解和认同层面上的传播困境，所以要在当今时代背景下不断增添沂蒙红色文化的新内涵、新特点、新意蕴，不断改进传承传播方式，才能使其焕发出新的活力。本文以认同理论为支撑，提取出“红色故事”“红色精神”和“红色景区”作为沂蒙文化传播方向的关键点，通过三种传播形式：以交互设计为特点的互动视频与小程序、以互动情境为基础的直播方式以及以线上线下联动为依托的移动化展馆，探索新时代能够增强受众认同感的红色文化内容与移动化传播路径。

**关键词：**沂蒙红色文化；互动传播；认同理论；移动化　　**中图分类号：**G209　　**文献标识码：** A
**文章编号：**1671-0134（2022）02-088-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.02.026
**本文著录格式：**陈心怡，郑晓迪．互动传播背景下沂蒙红色文化的移动化传播路径研究 [J]. 中国传媒科技，2022（02）：88-90，93.



## 1. 以交互设计为特点的移动化传播路径

互动视频和互动小程序都属于交互设计的移动化社交类型，都注重设计逻辑的情节设置，“红色故事”传播中的参与性、互动性是价值所在，从叙述“红色故事”为出发点进行沂蒙红色文化的传播，可带动公众对红色文化及精神的学习、理解和认同。

### 1.1 互动视频

互动视频最重要的是设计逻辑的架构和剧情选择的设定，这直接影响了受众参与选择的体验感和认同感。国内知名视频平台爱奇艺将互动视频定义为一种全新的视频类型，旨在通过增强体感反馈、剧情参与、内容探索等方式为观众带来更加丰富的观看体验。所以互动视频在交互性上，具有传统视频不具备的选择优势；在叙事性上，又比普通游戏更注重内容的输出。美国戈夫曼的拟剧理论提出，情景决定角色，角色和互动紧密相连，决定了不同的表演剧情，受众面对不同剧情时，先要经历一个内心的“自我交流”，主动接受角色扮演，并由角色产生自我认同，继而决定如何采取行动。[1]以B站“233号历史研究所”为例，每一期的互动视频都是基于不同的文化历史架构之下，源于真实人物传记之中。观众会“穿越”到特定的历史时期成为一位未知人物，究竟扮演哪位历史角色取决于观众的选择。随着故事发展和人物解锁，观众开始不断学习历史并分析局势，最后按照自己的解读和认知做出最优选择，在此过程中实现了视频的科普意义和观者的价值认同。所以对沂蒙“红色故事”的互动视频设计也是如此，如果故事结构不够紧凑，会导致内容吸引力不足；如果在情节点选择的设置中存在无效性，那么观者复看时会陷入“西西弗斯”陷阱，所以要在真实人物的角色选择和红色故事的剧情框架之间寻找平衡点，重视内容表达和剧情节点设计。这就需要互动视频设计和传播者做到合理安排剧情引导受众产生更好的角色体验，进而形成角色认同，体会剧中的沂蒙红色文化进而形成文化认同，感悟深层的红色精神内核进而形成价值认同，在自主选择的游戏感中不断加深对沂蒙红色文化的认同。

### 1.2 互动小程序

相较于互动视频，小程序更具有受众接受的普遍性特征，除情节设计的故事性外，更要注意贴合大众化需求实现大范围的文化传播和价值认同。互动小程序是一种不需要下载安装即可使用的应用，小程序在移动端的软件上以宣传为目的，相对于原生 App，投入成本低，可以简化用户操作，增强内容与用户的互动性，更容易产生病毒式传播。2021 年 4 月，由共青团中央、中共中央宣传部等组织，共青团山东省委、临沂市委承制的第十一季第五期“青年大学习”宣传教育活动，以互动小程序的形式精准地覆盖了高校学生群体，宣讲者在沂蒙红色景区以口头讲述的方式进行沂蒙故事的宣传，内容充实具有科普和教化意义，观者可以通过问题选择和引

**基金项目：**本文系 2019 年山东省社会科学规划项目“‘认同理论’视域下沂蒙红色文化在青年群体中的传播路径研究”（项目编号：19CDSJ24）阶段性成果之一。

导箭头继续剧情，迈出了面向青年了解沂蒙红色文化和精神的第一步，但是距离实现更大范围的文化认同还是任重而道远。加姆桑的框架理论认为，媒介内容生产是框架理论的中心问题。[2] 反映在互动小程序中就是其内容制作怎样规范人们对它的理解，而心理层面的框架是受众处理信息和建构内容的方法。受众以他们不同的角度和立场，将自己的理解“框架”落实到 “红色故事”的情节发展中，再加上有吸引力的画面设计，以及符合大众心理的逻辑架构，吸引受众变成了小程序的主导者，完成了小程序框架下的互动过程。因此在情节设定上要增强“红色故事”的逻辑性，比如以沂蒙红嫂的故事展开多条支线，通过选项自主选择剧情走向，精致的画面辅之动效设计的配合，增加浏览红色文化的趣味性。对受众认知层面，要策划清晰的交互逻辑，把握普适化需求，保证内容及画面接受程度的大众化，有利于形成大范围的红色文化价值认同。

### 2. 以互动情境为基础的移动化传播路径

根据直播时长和有无干预等区别，将互动直播划分为移动直播和慢直播两种，两者都将内容传播建立在互动情境的基础上，从“红色精神”能够获取的情感和情绪出发，通过受众的情境认知，在模拟的共享平台推动沂蒙文化的价值认同和精神传承。

#### 2.1 移动直播

文化类直播建立在受众情境认知的基础上，密切结合受众的内容偏好与情感共鸣，打破交流的局限性，才能形成群体认同和文化认同。移动直播是一种在现场随着事件的发生、发展进程同步制作和发布信息，具有双向流通过程的信息网络发布方式。[3]2021 年 5 月，由中国戏曲学院、北京服装学院等 11 所艺术院校联合主办的“艺术名校领读经典”直播活动，于山东艺术学院图书馆报告厅直播了一场“红色经典作品中的党史教育——弘扬沂蒙精神”的思政公开课。公开课另辟蹊径地以沂蒙文艺作品为切入点，在直播中增加《沂蒙六姐妹》片段现场配音和歌舞剧《沂蒙那座桥》《沂蒙山》的情景展示，请导演或主编亲自讲述沂蒙文艺作品背后的拍摄经历和真实红色故事，观众被舞台表演和真实经历深深吸引，不知不觉中被“红色精神”鼓舞。莱夫和温格为代表的情境认知理论认为，一般在情境中，个体心理的认知过程在其建构、指导和支持中进行活动。[4] 知与行是交互的，移动直播的“知”是情境化的，给受众提供的是参与性、同场感的文化体验，“行”则是受众的行为反馈，受众的主动融入促进了对直播内容的理解，从而形成互动过程。受众置身于移动直播的情境中产生沉浸体验，继而产生群体情绪，群体情绪的即时反馈打破了距离所带来的交互限制，实现了有效、顺畅的交流，这无疑是一个“知”和“行”相统一的传播过程。所以要在移动直播的情境设计中，在满足受众认知的基础上，更要激发观者的感性情绪和情感。受众通过对沂蒙红色文艺作品的讨论收获了参与感与认同感，实现了欣赏和交流需要的双重满足，便会不自觉地产生强烈的群体认同感。

#### 2.2 慢直播

慢直播的文化类传播建立在互动情境的创立之上，并且观者对该文化能够获得情绪情感共鸣，才能得到群体认同乃至社会认同。慢直播是一种借助直播设备对实景进行超长时间的实时记录并原生态呈现的直播形态，具有播放时间长、画面不加修饰、无剪辑、无主持等特点。[5]2020 年 1 月到 7 月，央视频上线的《疫情 24 小时》栏目分别推出《与疫情赛跑——全景见证武汉火神山医院崛起》《近景直击武汉雷神山医院》等系列直播，对武汉火神山、雷神山医院建设工地进行固定机位直播。依赖于受众疫情防控期间特殊的情绪以及长期积累的家国情感，慢直播通过建立互动情境，提供关注焦点，从而让观者在充当“云监工”等角色的过程中对疫情产生积极情绪和精神认同，这无疑是主流媒体融合传播中的一次成功范例。根据柯林斯的互动仪式理论，参与疫情慢直播互动仪式的人群有着共同的关注对象、共同的情感体验，通过跨越空间的在线交流，逐渐形成一个想象共同体，随着交流时长的增加，逐渐加深集体认同。但是抖音直播平台就曾出现“清华一男子熬夜直播非遗，专注建盏无互动，38 小时仅有导师一人观看”的事件。由此可见，这种“慢”直播形式在进行文化类传播时需要一定的前提条件，除让观者共处于互动情境外，还需要来自群体的文化共享和情感联结，才能留住观众，实现文化认同。这就需要在镜头放置和情感塑造上进行精准考量，确保直播的沂蒙文化内容具有绝对的真实性和强烈的代入感，引导受众聚焦于“红色精神”并产生诸如感动之类情绪情，继而产生精神共鸣，自愿起到共享“红色精神”与维系群体的传播效果，进而形成文化和价值认同。

### 3. 以线上线下联动为依托的移动化传播路径

数字化线上展馆和移动端交互装置可以被理解为移动化互动展馆的两种形式，两者都可以实现线上线下联

动，都注重红色景区的文化展示，注重红色景区沉浸式的参观和体验，加强红色文化在人们日常生活中的指引作用，带动公众对红色文化及精神的认同。

### 3.1 数字化线上展馆

数字化线上展馆最重要的是数字化技术的运用和红色景区特色的塑造，这直接影响了受众参与选择的体验感和认同感。数字化线上展馆是一种全新的线上浏览体验形式，能够让受众随时随地感受到真实现场的环境。其关键核心是运用数字化、VR 三维建模、虚拟现实等技术提高受众沉浸式和交互式的浏览体验，让客户足不出户就可以身临其境地感受到线下场景。[6] 百度搜索沂蒙红色文化网上展馆和沂蒙精神官网，大部分都以图文的页面形式展示，这些平台并没有实现交互性。而唯一实现数字化红色景区全景展示的 “沂蒙精神点藏” 移动端小程序，即沂蒙精神“点”藏云平台，却处于最近少于 100 人使用的尴尬境地。随着计算机科技和网络信息技术的发展，沉浸理论提出了关于达到沉浸状态的两个主要特征：心理享受和完全专注。[7] 沉浸感是受众参与、融入、代入感的程度，是人与图像无限接近的状态。它体现在数字化线上展馆中，就是让受众专注于虚拟场景并感到心理满足，这时外在的自我意识消失，对所专注的场景画面或传达的信息完全投入，从而发生沉浸体验，这有利于从心理层面建立受众对红色文化的认同。所以对于红色景区来说，应以数字化设计理念为指导突破技术壁垒，增强线上展馆的沉浸感，此外挖掘沂蒙红色景区的独特性是关键，需要找到沂蒙精神特有的精神内涵。这些应用于数字化线上展馆中，就需要对沂蒙红色文化进行更深层次的挖掘，以观众的情绪及心理需求为基础，思考探寻并有机结合认同感更强的展示内容和精神内涵，挖掘观众与红色景区之间的精神共鸣点，增强受众线上参观沂蒙红色景区的沉浸感和认同感。

### 3.2 移动端交互装置

移动端交互装置需要打造红色景区独特的感官体验，通过移动端与装置的互动打破次元壁，利用交互手段打造沉浸感的同时增强受众的认同感。互动装置是以通过增加装置设计的互动性，直接利用实物作为媒介进行创作的一种艺术表现形式，是一种实现让观众参与到艺术创作中的装置艺术。鲁道夫·阿恩海姆认为，视知觉在人体“五感”中占比重最大，因此光线与色彩是在交互装置设计中关于感官刺激层面首先要考虑的刺激因素，其次是声音。视觉和听觉两种感官刺激常常一同出现，为受众营造临场感。2021 年 5 月中央美术学院毕业展上硕士研究生张宗明的作品《联合体 United2.0》由线上直播和线下装置共同运作的方式展出，以一种新型的交互方式进入大众视野。观众能在直播间里看到一个虚拟角色与之互动，当观众发送弹幕时，蚁巢会念出弹幕指令并投放饲料去饲养蚂蚁；蚂蚁觅食时会通过闸门触发传感器并操控机械运动。机械操控虚拟角色做出动作，继而虚拟角色吸引人去发弹幕，形成了装置作品运作的闭环。当没有人观看，作品也亦无法生存。所以作为观众一边扮演着体验者的角色，一边也在与移动端互动装置的交互中融入个人情感交流，进而成为装置艺术的一部分。这种移动端交互装置连接了虚拟世界和现实空间，在设计思想、交互技术和视觉展示方面为红色景区的交互装置设计提供了新的思路，增加了受众线上接触红色景区的可能性。所以在红色景区线下展馆中，需要强调多感官刺激对沉浸感的营造作用，通过移动端交互装置打破时空距离，进而有效地拉近沂蒙红色文化和观众之间的心理距离，有利于形成受众的文化认同。

## 4. 结语

传播沂蒙红色文化，最重要的是获得大众化的文化认同，强化沂蒙精神的价值认同，目前存在着沂蒙红色文化资源被边缘化、传播内容与形式陈旧又单一、沂蒙红色精神文化被片面化的问题。[8] 随着移动化传播技术的发展，要紧紧围绕传播红色文化精神内涵，创新红色文化传播方式：以“红色故事”架构互动视频与小程序的设计逻辑；以“红色精神”引发移动端互动直播的群体共鸣；以“红色景区”打造移动化互动展馆的沉浸体验等，注重红色文化传承上内容和形式的契合。现阶段，我国红色文化的价值认同已取得一定成效，随着沂蒙文化不断注入新的时代特色，必将越来越为全国人民所认同、传承和弘扬，展现出日益强大的生命力。媒

## 参考文献


[1] 周仁清 . 人际传播中的“戏剧理论”研究 [D]. 甘肃：兰州大学，2008.

[2] 高芳 . 简析框架理论 [J]. 青年记者，2008（17）：31-33.

[3] 孙忠良，向伟 . 移动网络直播在高校思想政治工作中的应用优势与风险评估 [J]. 新余学院学报，2017（4）：106-109.

[4] 刘革，吴庆麟 . 情境认知理论的三大流派及争论 [J]. 上海


（下转第93页）